10年後をリードする　未来企業　73

大事なのは「保険を売る」だけではなく「お客さんに質の良い人生を送ってもらう」こと

㈲ファースト保険企画の加嶋大二社長が何より大事にしているのは「お客さんの一番の理解者になる」こと。現在はライフコンサルティングを主軸とした保険営業のあり方を全社的に共有、実践しようと奮闘中だ。そんな加嶋社長の夢と思いに㈱ブレインマークスの橋本真那美氏がアプローチした。

加嶋大二
かしま・だいじ
㈲ファースト保険企画
代表取締役

熊本県阿蘇市生まれ。高校卒業後、さまざまな職種を経て、22歳のとき、子弟実習生として安田火災海上保険（現在の損害保険ジャパン日本興亜）に入社し、保険の知識や営業のノウハウを学ぶ。24歳で安田火災での子弟実習生を終え、㈲ファースト保険企画に入社。36歳で代表取締役に就任。

橋本真那美・ブレインマークスビジネスコンサルタント　㈲ファースト保険企画の創業は1987年、加嶋さんはその2代目社長だそうですね。まず同社を継いだ経緯をお聞かせください。

加嶋大二・ファースト保険企画代表取締役　学生時代から将来のビジョンもなく、ただ目の前に敷かれたレールを進んで親が立ち上げた会社に入った、というのが正直なところです。振り返ってみれば、30歳くらいまでは目の前の仕事をこなすだけで、うまくいかないことがあると周囲や環境のせいにしていました。「親の会社を継ぐ自分」を思い描いてもワクワクできず、そのときに「このままではダメだ」と思い、数年後に経営者になることを想い描きながら、それまで以上にさまざまなセミナーや研修に足を運ぶようになったのです。とくに㈱ブレインマークスの安東邦彦氏の研修「経営アカデミー道場」では、夢・ビジョン、そして何よりブランディングの重要性を学びました。

橋本　学びの期間を経て、加嶋さんはどのような保険代理店、経営者を目指すことにしたのですか。

加嶋　これからは「格差社会」が拡大する一方、100年人生が当たり前になり、「人生の質の格差」も拡大していくと思われます。そこで、私は「お客さんに質の良い人生を送ってもらう」ことをモットーに掲げました。質の良い人生とは、簡単にいうと、将来の年老いた自分から「今の私を真剣に考えてくれたおかげで、こんなに豊かな人生を送ることができた」と感謝してもらえるような人生のことです。そして、それを実現するために、私たちは「お客さんの一番の理解者になる」ことを大切にしています。

オフィスの様子

保険営業というと、かつてはとにかく保険会社の商品を売ることが至上の目標とされ、当社も長年にわたってそうした考えにとらわれていました。が、保険商品が多様化し、募集の競争が激化した今日、保険代理店はどのような付加価値でお客さまのニーズにどのように応えるかが問われています。そこで、私が大切にしようと思ったのが「聴く」ということでした。お客さんが将来どうなりたいのか、どんな価値観で生きているのかを徹底的にヒアリングしたうえで、一緒に現状の課題を見える化し、その解消のために商品設計を行う――。そうしたライフコンサルティングの視点で保険営業を行うことにしたので

す。すると、お客さん側の姿勢も大きく変わりました。以前は私のことを「保険屋さん」としてしか見てくれず、仕事の合間の時間しかとってくれなかった方が、「話を聞いてほしい」と私のためにわざわざ時間をつくってくれるようになり、幅広い相談を持ち掛けてくれるようになったのです。こうした経験から、私は「お客さんの一番の理解者になる」ことを当社における保険営業の目標としました。

橋本　ほかの社員の方たちとは、そうした考え方や理念をスムーズに共有できましたか。

加嶋　まさにそれが課題でした。私は14年6月に代表取締役に就任したのですが、従来のやり方でそれなりに会社が成り立ってきたところへ「これからはライフコンサルティング営業に力を入れていこう」と呼びかけても、いきなり切り替えられるわけではありません。しかも、私は心のどこかで研修やセミナーでたくさんのことを学んだ自負を感じていて、社員たちに上から目線で新しいやり方を押し付けてしまいました。結果、多くの社員から反発を受けてしまい、うまくいかない時期がつづきました。

しかし、ここ3年ほどは、できないことを責めたりムリやり変えようとしたりせず、お客さんに対するときと同じように、社員一人ひとりに接し、一緒に考えたり話し合ったりする場をなるべく設けるよう心がけています。具体的には、日々の朝礼でかならず、前日の訪問先でのヒアリングを振り返る時間をとるようにしました。どこまで深くヒアリングできたか、うまくいったのであれば何が良かったのか、うまくいかなかったのであればどこに原因があったのかなど、課題をいきなり指摘するのではなく、あくまでも全員で一緒に考え、改善策を検討しています。また、週1回2時間、ヒアリングのスキルや質を高めるためのトレーニングも実施してきました。こうした積み重ねが奏功して今日では社員と理念の共有ができるようになりました。

橋本　最後にこれからの展望をお聞かせください。

加嶋　社員全員が個人客に対してはライフコンサルティングを、法人客には経営支援を重点的に手がけられるようになることが目標です。そのために社員の成長をシッカリとサポートし、一人ひとりが「この会社で実現したいこと、なりたい自分」に向かってやりがいを持って働いてもらえるような環境をつくることにも力を入れていきたいと思います。そして、お客さまも社員も質の良い人生を送ることができる会社を目指していきます。

橋本　ある程度、好事例が蓄積できたら、そのノウハウを共有し、仕組み化していくことも大切ですね。今後のより一層の成長を期待しています。

幅広い年齢層の同社スタッフの面々

橋本真那美
はしもと・まなみ
株式会社ブレインマークス ビジネスコンサルタント

2012年大学卒業後にブレインマークスに入社。自社の会員サービス運営や社内の文化づくり、採用などさまざまなことを経験。現在は持ち前の計画力・実行量を生かして、マーケティング部門に所属。最後まで諦めない粘り強さで、集客、販促、社内のウェブ制作などを務めている。

――10年後のためのアドバイス!――

本文中でも触れられているように、加嶋さんはこの数年間、社員とのコミュニケーションの機会を増やし、ご自身の思いや会社の理念を伝えることに重きをおいてきました。その結果、社員の方たちは徐々に「お客さんの理解者になる」という目標を意識しながら営業活動をするようになったようです。ある若手社員は、以前はまったく契約をとることができず悩んでいましたが、「保険を売るという考えを捨て、まずはお客さんの話を真剣に聞いて、お客さんのニーズを受け止め理解することだけに集中してみてはどうか」という加嶋さんのアドバイスを実践した結果、営業成績が伸び、ストレスなく楽しんで働くことができるようになったそうです。そうした人材を増やしていくためにも、ぜひこれからも社内のコミュニケーションの場づくりを継続し、加嶋さんの思いと理念、知見を次代へと着実に引き継いでいってほしいと思います。